

Workshop: Content-Thinking

Authentisches Storytelling mit Methode

Datum:	Do. 22. Juni 2017, Dauer: ein Tag, 9.00 bis 17.00 Uhr
Seminarleitung:	Axel Post
Zielgruppe:	Marketing- und Kommunikationsmitarbeiter von Unternehmen jeder Größe, selbständige Unternehmer, Berater und Experten, Freiberufler, Kreative, Agenturen
Preis:	840 € netto inkl. Unterlagen, Mittagessen und Seminargetränke
Seminarort:	Köln



Content-Marketing hilft Unternehmen, mit nützlichen oder unterhaltsamen Inhalten, authentisch mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren.

Werbliche Inhalte werden zunehmend als störend empfunden und schlicht nicht mehr akzeptiert. Die These hinter Content-Thinking ist, dass man als Unternehmen nicht alle Content-Fragen einfach an große Agenturen outsourcen kann, sondern sich im Kern strategisch mit Content befassen muss. Die Auseinandersetzung mit der „narrativen Identität“ des Unternehmens zahlt sich dabei auf vielfache Weise aus.

Originäre und authentische Unternehmensinhalte sind das Rückgrat für eine erfolgreiche Kommunikation in den digitalen Medien. Die Auseinandersetzung mit relevanten Inhalten hilft den Mitarbeitern, die eigenen Zielgruppen besser zu verstehen und sich stärker mit ihrer Arbeit zu identifizieren.

Im praktischen Tagesworkshop werden den Teilnehmern klare Methoden vermit-

telt, Content-Ideen zu entwickeln und anhand einer klaren Methode, dem selbst entwickelten Content-Canvas zu evaluieren. In der Gruppe werden exemplarisch Ideen für die eigene Nutzung ausgearbeitet und in umsetzbare Formate für diverse Kanäle transformiert.

„Content-Thinking“ bieten wir Ihnen auch als Inhouse-Workshop. Bitte senden Sie uns für ein individuelles Angebot eine [Anfrage](#).

Inhalte

DER KNOW-WHY-TEIL

- Was bedeutet Content?
- Was bedeutet Content-Marketing?
- Einbettung in den Kommunikationsmix
- Die Hugh-Beaver-Geschichte (Überblick über die letzten 120 Jahre Content-Marketing)
- Formate: Blogs, Mags, Infographics, Events, Shows, Games und Videos

DER REVIEW-TEIL

- Best-Practices und Fails im Content-Marketing
- Diskussion der Beispiele in der Gruppe
- Evaluation anhand definierter Kriterien

DER STRATEGIE-TEIL

- Content vs. SEO
- Mechanismen des Storytelling
- Virale Trigger
- Identität vs. Zielgruppe
- Make or Buy



DER PRAXIS-TEIL

ÜBUNG: Buyer Personas – oder wie die abstrakte Zielgruppe ein Gesicht bekommt.

- Content Sourcing: Welche Content-Quellen kommen in Frage?
- Praktische Umsetzung anhand der CONTENT-CANVAS-METHODE
- Channel-Konzeption: Wie stimme ich die Channels aufeinander ab?
- Trial & Error: Agiles Testen und Optimieren der Inhalte
- Fazit & Learnings



Zielgruppe

- Marketing- und Kommunikationsmitarbeiter von Unternehmen jeder Größe, selbständige Unternehmer, Berater und Experten, Freiberufler, Kreative, Agenturen

Workshop-Leitung



Axel Post, geboren 1970 am Niederrhein, studierte BWL in Mannheim und Medienwissenschaften in Bochum. Nach Marketing- und Medientätigkeiten bei einem Fußball-Bundligisten und einem Medienhaus landete Axel Post bei der Bertelsmann Broadband Group, wo er an der Entwicklung eines interaktiven TV-Dienstes mitwirkte.

2006 zog es Post in die Schweiz. Für eine Berner Agentur entwickelte er crossmediale Formate, unter anderem für UBS und den Schweizerischen Fußballverband. 2009 gründete er in

Bern YUKAWA Communications und arbeitete für zahlreiche Kunden von Swiss Olympic über economie suisse bis zu Sanofi-Aventis.

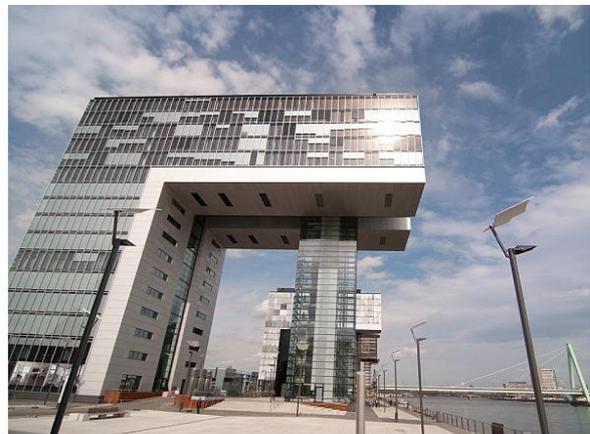
Mittlerweile hat YUKAWA den Firmensitz nach Köln verlegt und steht für inspirierten Content, eine Leidenschaft für User Experience und einen Hang zu experimenteller Softwareentwicklung. Axel Post hat zwei Töchter und eine Frau. Axel Post ist als Experte für Content und digitale Kommunikation bei courbière - Personal Expertising seit 1998 tätig.

Seminarorte

Die Trainings im Rahmen der Akademie courbière finden an besonderen Orten statt. Wir kooperieren bundesweit mit hervorragenden Tagungshäusern. Gerade in der Erwachsenenbildung sind Lernorte von besonderer Bedeutung und müssen mit Blick auf das Thema, die Zielgruppe, das Trainingsziel und die Methodik einfach passen, denn sie sind mehr als nur der organisatorische Rahmen.

Kontexte sind mitentscheidend für das Wohlbefinden und den Trainingserfolg. Sie werden mit neuem Wissen und Erfahrungen abgespeichert. Insofern sind Lernorte auch nicht statisch. Sie werden durch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer neu geschaffen.

Mehr Informationen über die Seminarorte finden Sie [hier](#).



Workshop: Content-Thinking

Authentisches Storytelling mit Methode

Anmeldung

eingescannt per E-Mail an kontakt@courbiere.de
oder mit der Post an **courbière GmbH, Stammstraße 88, 50823 Köln**

Firma:

Name:

Position:

Adresse:

Telefon:

E-Mail:

Datum / Ort: Do. 22. Juni 2017, Köln
Workshopgebühr: 840 € netto
Leitung: Axel Post
Zeitraum: ein Tag, 9.00 bis 17.00 Uhr
Bewirtung: inkl. Mittagessen und Getränke während des Workshops

Ich habe die [AGB](#) gelesen, erkläre mich damit einverstanden und melde mich zum oben genannten Seminar an.

.....
Ort / Datum / Unterschrift

Hinweise:
Ihre Anmeldung kann per E-Mail oder Brief erfolgen. Im Anschluss erhalten Sie von uns, sofern wir Ihre Anmeldung berücksichtigen können, eine schriftliche Bestätigung und die Rechnung.

Sollten Sie an der Teilnahme des Trainings verhindert sein, können Sie jederzeit eine geeignete Ersatzperson benennen. Diese Umbuchung ist selbstverständlich kostenfrei.
Bitte haben Sie Verständnis, dass eine Stornierung der Teilnahme nur schriftlich möglich ist. Bis zu vier Wochen vor Beginn des Trainings ist eine Stornierung kostenfrei. Erfolgt diese jedoch später als vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn, sind 50 % der Rechnungssumme als Gebühr fällig. Bei einer Stornierung später als zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn wird der volle Preis berechnet.